

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Simpulan yang dapat ditarik dari hasil analisis dan pembahasan adalah:

1. *Advertising* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *brand awareness*, *brand association*, *perceived quality*, dan *brand loyalty*, sehingga H_1 ($H_{1a} - H_{1d}$) yang diajukan mendapat dukungan dalam penelitian ini.
2. *Price promotion* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *brand awareness*, *brand association*, *perceived quality*, dan *brand loyalty*, sehingga H_2 ($H_{2a} - H_{2d}$) yang diajukan mendapat dukungan dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Saran yang diajukan berdasarkan hasil penelitian dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Saran kepada peritel

Advertising dan *price promotion* yang sudah dilakukan oleh *Hypermarket Carrefour* sudah baik, tetapi belum mencapai sangat baik. Itulah sebabnya, *Carrefour* dapat meningkatkan *advertising* dan *price promotion* dengan cara membuat iklan-iklan yang bervariasi atau beragam untuk berbagai macam produk (*merchandise*) yang berbeda, dan memberikan *price discount* untuk produk-produk tertentu dengan interval waktu promosi yang singkat, agar tidak menciptakan kesan negatif di benak konsumen.

2. Kepada peneliti yang akan datang

Teknik analisis data penelitian ini menggunakan regresi berganda yang diolah dengan program SPSS (v.15.0), sehingga harus melakukan

empat kali pengolahan data. Itulah sebabnya, kepada peneliti yang akan datang disarankan hendaknya mengolah data dengan menggunakan program LISREL atau Amos, sehingga akan dapat diketahui kelayakan model penelitian, hasil penelitian yang lebih akurat, dan pengolahan data tidak berulang-ulang.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aaker, D.A., 1997, *Manajemen Ekuitas Merek*, Alih Bahasa: Aris Ananda, Jakarta: Spektrum.
- Carrefour, Raksasa Ritel Baru di Indonesia yang Terus Tumbuh, 2008, *Prime Access*, <http://news.primeaccesscard.com>, Tanggal akses 15 Desember 2008.
- Durianto, D., Sugiarto, dan T. Sitinjak, 2001, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia.
- , Sugiarto, A.W. Widjaja, dan H. Supratikno, 2003, *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Engel, J.F., R.D. Blackwell, dan P.W. Miniard, 2004, *Perilaku Konsumen*, Edisi VI, Alih Bahasa: F.X. Budiyo, Jakarta: Binarupa Aksara.
- Foster, B., 2008, *Manajemen Ritel*, Bandung: Alfa Beta.
- Hair, J.F.Jr., R.E. Anderson, R.L. Tatham, and W.C. Black, 1998, *Multivariate Data Analysis*, 5th edition, International edition, Upper Saddle River: Prentice Hall Inc.
- Hendra, D., 2009, Analisis Perbedaan Disonansi Kognitif Konsumen *Notebook* Merek Toshiba dan Acer di Surabaya, *Skripsi Tidak Dipublikasikan*, Surabaya: Universitas Widya Mandala.
- Istijanto, 2008, Skala ICSA Kurang Menggambarkan Perbedaan Indeks, *Swasembada*, 20/XXIV/18 September-8 Oktober: 36.
- Kotler, P., 2003, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*, 9th edition, Englewood Cliff: Prentice Hall Inc.
- and K.L. Keller, 2006, *Marketing Management*, 12th edition, Upper Saddle River: Pearson Education, Inc.
- dan G. Armstrong, 2007, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid 1-2, Edisi IX, Alih Bahasa: Alexander Sindoro, Jakarta: Indkes.

Malhotra, N.K., 2005, *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*, Edisi IV, Jilid 1-2, Alih Bahasa: S.R. Maryam, Jakarta: Indeks.

Ma'ruf, H., 2006, *Pemasaran Ritel*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Owens, D.L., M. Hardman, and B. Keillor, 2001, The Differential Impact of Price-Related Consumer Promotions on Loyal versus Non-Loyal Users of the Brand: A Field Study Investigation, *Journal of Promotion Management*, Vol. 6 (1/2):1-14.

Peter, J.P. and J.C. Osmon, 2003, *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, 6th edition, Singapore: McGraw-Hill.

Riduwan dan E.A. Kuncoro, 2007, *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*, Bandung: Alfabeta.

Santoso, S., 2002, *SPSS Statistik Parametrik*, Jakarta: Elex Media Komputindo.

Singarimbun, M. dan Effendi, S. (Editor), 2006, *Metode Penelitian Survei*, Edisi Revisi, Jakarta: LP3ES.

Sopiah dan Syhabudhin, 2008, *Manajemen Bisnis Ritel*, Yogyakarta: Andi.

Sugiarto, D., L.T. Siagian, Sunaryanto, dan D.S. Oetomo, 2001, *Teknik Sampling*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta.

Sun, P.C., T.S. Tang, dan C.Y. Shih, 2007, The Impact Of Advertising And Price Promotion On Brand Equity: With Product Category As A Moderator, *Academic Papers*, <http://academic-papers.org/ocs2/session/Papers/G2/236.doc>, Akses tanggal 01 Oktober 2009: 1-17.

Swastha, D.B. dan Irawan, 2006, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty.

-----, 2006, *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, F., 2004, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Liberty.